

Noël: les Français font leurs courses au « finish »

CONSOMMATION

Grâce aux promotions permanentes, l'année pourrait bien finir.

LES COMMERÇANTS auront sans doute des sueurs froides jusqu'à l'heure de la fermeture ce soir, mais ils devraient pousser un « ouf » de soulagement avant d'aller réveiller. Plus que les années passées, les Français attendent la toute dernière minute pour leurs achats de Noël. Mais, malgré la crise, la plupart ne feront pas l'impasse sur l'événement.

Certains ont craint le pire. Après une bonne première semaine en décembre dans les magasins, le soufflé est en effet vite retombé. « Mais les affaires sont reparties depuis dimanche », se réjouit Claude Bouille, le président de l'Union du commerce de centre-ville. Chronopost, chargé de livrer les achats en ligne de nombreux sites, avait même révisé à la baisse ses prévisions de trafic la semaine dernière. Mais lundi, cette filiale de La Poste a pulvérisé son record historique et acheminé 436 220 dent de l'Union du commerce de centre-ville.

En fait, puisque le 25 décembre tombe un jeudi, ce n'est plus le dernier week-end qui est important pour les ventes, contrairement aux années passées, mais les trois jours précédant le réveillon.

Sur Internet également, les Français, contre 345 000 pour sa meilleure journée de 2007, quelques jours avant Noël.

Livres et disques en berne

Pour autant, les consommateurs n'ont pas fait de folie. « La fréquentation des magasins est certes un peu plus forte ces derniers jours, observe Gérard Atlan, président du Conseil du commerce de France, mais nous constatons une baisse du ticket moyen. »

En ce Noël de crise, les acheteurs profitent des baisses de tarif et des promotions pour faire leurs cadeaux. Cette année, de nombreux distributeurs proposent 20 % de réduction jusqu'au 31 décembre. « Il est encore tôt pour faire un bilan des achats de Noël, explique-t-on à la FCD. Mais jusqu'ici, les ventes de jouets, de coffrets cadeaux et d'appareils numériques se portent bien. » En revanche, livres, disques et objets de décoration semblent avoir moins de succès.

Pour les achats alimentaires en vue de préparer le repas de Noël, tout se jouera également à la dernière minute. C'est donc aujourd'hui que les distributeurs écoulent le plus de foies gras, d'huîtres et de saumons fumés. Prévoyants, bon nombre de supermarchés conservent des bouteilles de champagne dans des réfrigérateurs installés dans leurs réserves.

IVAN LETESSIER

Timide reprise des achats en novembre

■ Les ménages ont retrouvé le chemin des magasins en novembre : leurs dépenses en produits manufacturés ont augmenté de 0,3 %, après avoir baissé de 0,5 % en octobre. Pour certains économistes, l'explication tient peut-être au repli de l'inflation. En

tout cas, les Français se sont montrés sélectifs. Ils ont acheté en masse de l'équipement pour le logement, provoquant une hausse des ventes de 3,4 % en novembre sur ce segment.

« Plus que le meuble, cette bonne tenue est attribuable au dynamisme des produits de l'électro-

grand public. Ces biens sont désormais les vedettes des fêtes de fin d'année », explique Alexander Law, économiste au Xerfi.

En revanche, les ménages ont continué à couper dans leurs

dépenses d'habillement. Et surtout, même si quelques signes plus optimistes apparaissent ces derniers temps (lire ci-dessous), leurs achats en automobiles ont encore chuté de 2,1 % en novembre.

C. C.



Créé il y a presque quarante ans, Rungis, premier marché mondial de denrées alimentaires, regorge de nombreux produits frais. En quelques heures, tout va trouver preneur. *Richard Vialeron/Le Figaro*

Chapon, foie gras, huîtres... : à Rungis, la ruée avant le réveillon

Les grossistes ne semblent pas noter de baisse des volumes, comme si les Français avaient envie de se faire plaisir, crise ou pas. Mais ici aussi, les achats se font plus tardifs.

TROIS HEURES du matin, hier à Rungis. La journée vient de commencer au pavillon de la marée – c'est, comme toujours, le premier hall à ouvrir à la vente. Malgré l'heure matinale, les papilles sont en éveil. Les allées regorgent de produits tous aussi appétissants les uns que les autres : soles, turbots, langoustes, crevettes... En quelques heures, tout va trouver preneur.

En cette veille de réveillon de Noël, l'affluence est forte. Né il y a presque 40 ans, le premier marché mondial de produits frais – 7,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel – vit l'une de ces nuits les plus agitées de l'année. Difficile de se frayer un passage entre les chariots, les transpalettes, et les centaines de professionnels qui courent ou négocient au milieu d'une allée, créant de mini-embouteillages.

Les empilages de caisses de coquilles saint-jacques – c'est la pleine saison – partent... comme des petits pains. « Nous vendons plus du quart des coquilles autour de Noël, soit deux fois plus qu'à l'ordinaire », remarque Philippe Amouroux, grossiste. Pour attirer le chaland, certaines sont ouvertes et laissent apparaître leur noix blanche, ferme et fraîche, entourée d'un corail orangé tout aussi pur.

Les bourriches d'huîtres entassées un peu plus loin vont disparaissent tout aussi vite. « Les fêtes de fin d'année représentent pour nous 20 % de notre volume », explique Gilberte Blanc. Mais cette spécialiste des huîtres à Rungis depuis 30 ans rouspète. « Arrêtez de parler

de la crise, cela devient contagieux pour notre clientèle ! Nous maintenons nos prix, mais nos volumes commencent à fléchir. » Même remarque chez le doyen du grand hall de la marée, Jean Manzetti, où les homards bleus et leurs congénères du Canada tentent en vain de s'évader de leur caisse.

Sapins en rupture de stock

En revanche, certains grossistes jubilent, à l'image de Gérard Lansaman qui, à 5 heures et demie, a pratiquement tout vendu : il ne lui reste que cinq caisses de langoustes. « Des journées comme aujourd'hui, c'est superbe, les gens veulent se faire plaisir et ne regardent pas forcément le prix, ils veulent de la qualité. Je suis très content de mon année et table sur une augmentation des volumes entre 30 et 40 % », ajoute ce mareyeur heureux. Une exception qui confirme la règle ? Pas sûr.

« Depuis la crise, je ne sens pas de décrochage. Nous sommes dans des volumes voisins à dates comparables de l'an dernier », affirme Marc Spielrein, le président de Semmaris, la société d'économie mixte qui gère le marché sur un site de 232 hectares au sud de Paris. Ce dernier a beau tourner et retourner ses statistiques, il ne voit aucun signe alarmant. Bien au contraire. « Les 500 000 sapins de Noël sont partis plus vite que prévu, on ne pouvait plus en trouver vendredi dernier. Il a fallu faire un réassort. Finalement, tout le monde joue à se faire peur », relativise le responsable.

Effectivement, dans le hangar de la volaille et du gibier où sont vendus, autour de Noël, tous les chapons de l'année, 88 % des oies et même 21 % de l'indétrônable foie gras, la crise ne semble pas de mise. « J'ai vendu autant de foie gras que l'année dernière, c'est-à-dire entre 32 et 33 tonnes », se réjouit Gino Catena, cogérant

d'Avigros. Tout juste ce commissionnaire négociant vient-il de recevoir d'un producteur deux semi-remorques de chapons du Gers qu'il n'a pas réussi à vendre en grandes surfaces. Mais il reste serein : « Je trouverai preneur, j'ai déjà un "semi" qui est parti. »

Champagne aux aurores

La qualité, visiblement, fait toujours recette. L'entreprise Ledelas abritée dans un pavillon reconnaissable par son dôme visible au loin, le sait bien. « En un seul lieu, je trouve tous les produits raffinés dont j'ai besoin », explique Marcel Combes, patron du Sufren, à Paris – un de ces restaurateurs pressés qui sillonnent les 7 500 m² de surface de vente, une sorte de mini-Rungis dans Rungis voulu par Marc Spielrein.

« L'affaire Madoff tombe au plus mauvais moment et accentue la frilosité des consommateurs », déplore Antoine Boucomont, responsable de Ledelas, très satisfait de ses ventes. Noël n'est pas si mauvais. Les achats de dernière minute – une tendance observée depuis les années 1990 – se multiplient. Une grande surface vient de me commander une palette entière d'escargots. Un grossiste, 200 saumons fumés. Jamais je n'aurais vu cela par le passé ».

Les habitudes évoluent. « Les produits tendance sont par exemple les prêts à consommer », poursuit Antoine Boucomont. Comme par exemple ces cuisses de chapons vendues sous vides, moins chères qu'un kilo de chapon de Bresse qui peut atteindre 50 euros le kilo au détail, et plus pratiques pour un réveillon à deux ou trois.

Un premier bilan sur la période des fêtes de fin d'année sera établi le 5 janvier. Mais déjà, alors que le jour se lève tout juste, vendeurs et acheteurs trinquent au champagne. Et de grande marque, s'il vous plaît !

ÉRIC DE LA CHESNAIS